



Trends herkenbaar in strategisch beleid

Innoveren is vooruitzien. Het onderzoeken, herkennen en vertalen van trends is daarbij een onmisbaar instrument. De presentatie van trendwatcher Hilde Roothart op de landelijke dag van de bdKO (zie ook p.20) zette menig radertje in de hoofden van de aanwezigen in werking. Is ons strategisch beleid wel toekomstbestendig?

Voor veel directeuren in de kinderopvang was de presentatie van trendwatcher Hilde Roothart tijdens de landelijke bijeenkomst van de bdKO een inspirerende ervaring. Een van hen is Angelika Pelsink van De Klimboom in Breukelen: 'Ik houd ontzettend van dit soort denkkaders', vertelt ze. 'Het ordent een beetje de wereld om je heen. De trendpyramide bijvoorbeeld, die ga ik de komende jaren zeker gebruiken. Ik ben zelf ook gevoelig voor trends. Toen internet begon zag ik meteen al dat dat een enorme impact zou gaan krijgen. Zo kijk ik ook naar de technologisering van de maatschappij. Megatrends als deze gaan sluipenderwijs, je herkent het pas als het zover is. Maar het kan een voordeel zijn als je de trends vroegtijdig herkent. In de kinderopvang kan technologisering bijvoorbeeld een rol gaan spelen in observatie en beveiliging.'

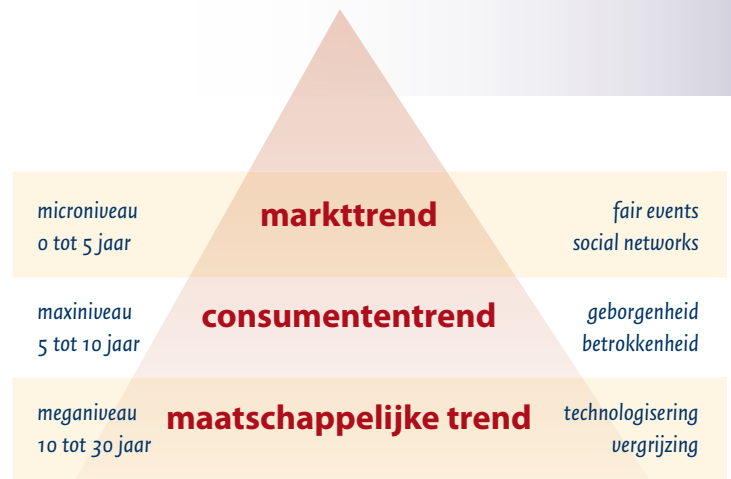
Ikea-family

De zich snel ontwikkelende technologie, hoe fascinerend ook, hoort niet bij de trends waarop een organisatie in de kinderopvang gemakkelijk kan anticiperen. Een trend die wel direct de eigen bedrijfsvoering beïnvloedt is het einde van het

ik-tijdperk. Angelika: 'We gaan met zijn allen toe naar meer gemeenschapszin, dat is goed te vertalen binnen de eigen organisatie. Voor ons bijvoorbeeld naar een soort Ikea-family, maar dan bij De Klimboom. Wij houden al sinds jaren opa- en omadagen, die zijn erg leuk en populair. Ook doen we veel met foto's van de thuissituatie van de kinderen. Dergelijke acties zouden we veel vaker kunnen organiseren. De benoeming van die trend maakt dat we beter kunnen plaatsen waarom dat zo goed werkt, en inspireert je om het verder uit te bouwen.'

Ze ziet ook trends die de kinderopvang als sector zich mag aantrekken, openheid en transparantie bijvoorbeeld. 'We zijn nog veel te weinig transparant. Het "advies" dat we zouden moeten groeien van goedbedoelende zorgverleners naar uitmuntende organisaties, is mij uit het hart gegrepen. We laten veel te weinig zien wie we eigenlijk zijn. Dat we meer zijn dan opvang, dat kinderopvang een antwoord kan zijn op maatschappelijke vraagstukken, dát moeten we uitdragen. En daar ook naar handelen. "Walk your talk", ook zo'n uitdrukking uit de presentatie, is in dat verband meer dan mooie verhalen of een foldertje. Kijk naar de invoering van de vve op de peuterspeelzalen. Welke antwoorden hebben wij precies op maatschappelijke vraagstukken?

Met de economische crisis valt een maatschappelijke legitimatie als de arbeidsparticipatie van vrouwen weg. Wat is ons antwoord daarop? We moeten beter voor het voetlicht brengen wat kinderopvang de maatschappij te bieden heeft.



Pleziermanagement

Ook Monique Wösten, directeur van Het Buitenschoolse Net in Oss, vindt dat het trendonderzoek veel herkenbare gegevens oplevert. Hoewel ze door de brede opzet ervan niet alles direct op haar (lokale) situatie toepasbaar vindt, kloppen de beschreven trends in grote lijnen wel: 'Het is plezierig bevestigd te zien dat je met een aantal strategische keuzes aansluit bij ontwikkelingen die in deze tijd gaande zijn.'

Gevraagd naar trends die zij het meest pregnant vindt, noemt zij onder andere de omslag van een aanbod- naar een vraaggestuurde samenleving en de behoefte aan kleinschaligheid en lokale herkenbaarheid.

De maatschappelijke ontwikkeling van kwantiteit naar kwaliteit of, zoals zij het zegt, van welvaart naar welzijn ziet ze duidelijk terug in haar eigen organisatie, met name in het personeelsmanagement. 'Wij hebben daarin als missie het zogenaamde pleziermanagement. Wij sturen erop aan dat het welzijn van de werknemers van hoge kwaliteit is. Daarom betrekken we ze bijvoorbeeld zo veel mogelijk bij de organisatie en het beleid en werken we met zelforganiserende en zelfontwikkellende teams. Het blijkt dat ze dat sterk waarderen en dat ze het plezier in hun werk belangrijker vinden dan de beloning op zich.'

De trend dat de focus meer gaat lig-

gen op kwalitatieve groei dan op kwantitatieve groei, is ook zichtbaar in Oss. Monique: 'Wij richten ons niet zozeer op verbreding van het aanbod, maar juist op verdieping van het aanbod. We ontwikkelen verschillende soorten bso's. We doen dat overigens zeer proactief of, zoals wij dat noemen: al werkend leren we en al lerend implementeren we. We werken daarbij ook veel samen met sportverenigingen en scholen, zodat we gezamenlijk een goed en herkenbaar aanbod hebben. Daarvoor moet je niet met grote vestigingen werken. Daar komt die kleinschaligheid dus weer om de hoek kijken.'

Het onderdeel Educate in het trendonderzoek spreekt over een 'combinatie van verwaarlozing en bescherming' als consumententrend. Monique Wösten ziet dit terug in de hogere acceptatiegraad van kinderopvang. 'Vroeger was opvang not done en gaf ouders een schuldgevoel, maar nu erkennen ouders in Oss de meerwaarde van opvang.' Daarin is een omslag zichtbaar. In de kinderopvang zijn we nu meer medeopvoeders en ouders realiseren zich dat kinderen het op de opvang uitstekend hebben terwijl zij aan het werk zijn dan wanneer ze alleen thuis zijn.

Binnenkort zal ze het trendverhaal van Hilde Roothart op de agenda zetten om te bespreken met haar team. 'Ik vind het belangrijk dat we

Door Lida Schepers

Verenigingsnieuws bdKO

- **Bent u directeur in de kinderopvang?**
- **Hecht u ook veel waarde aan een persoonlijk netwerk?**
- **Bent u bereid kennis en ervaring te delen met vakgenoten?**
- **Wilt u een kei blijven in uw werk?**

De Beroepsvereniging van Directeuren in de Kinderopvang (bdKO) ondersteunt u daarbij!

Deskundigheidsbevordering is dan ook een van de speerpunten in het beleid van de bdKO. Drie jaar geleden heeft de bdKO het initiatief genomen voor de ontwikkeling van specifieke opleidingen in de kinderopvang voor elke managementlaag: bestuur, directie en middenmanagement. De bdKO biedt in samenwerking met de Avicenna Academie voor Leiderschap de opleidings-trajecten aan. De opleidingen hebben inmiddels hun nut in de praktijk bewezen.

Eind vorig jaar is de Leergang Professioneel Management in de Kinderopvang van start gegaan. Dit is een leergang voor het middenmanagement, voor het aanstormend talent in de branche.

Met deze leergang hoopt de bdKO, naast het leveren van een bijdrage aan een sterke en innovatieve sector, de volgende doelen te bereiken: Allereerst ondersteunt deze leergang de middenmanager in het dagelijks werk door inzicht te krijgen op welke manier de visie en de strategie van de organisatie vertaald kan worden naar concrete dienstverlening. Door te ontdekken welke belangrijke bijdrage een middenmanager kan leveren aan de realisering van de organisatie doelen, welke rol deze hierin vervult.

'Als kerntrainer is het een genot om deze leergierige deelnemers te begeleiden in hun ontwikkeling.'
(Eelkje Wouda, kerntrainer van de leergang)

Ten tweede ondersteunt deze leergang de directeur in de aansturing van de eigen organisatie. Door versterking van het middenmanagement wordt ook de eigen organisatie verder ontwikkeld. De leergang kent een gedegen (bedrijfskundig) theoretisch kader, vaardigheidsonderdelen en de koppeling naar de eigen werkpraktijk. Deelnemers maken een werkopdracht vanuit en voor de eigen organisatie. Daardoor worden de resultaten direct zichtbaar. Naast de open variant is de leergang (of delen hieruit) dan ook uitermate geschikt om *in-company* op te zetten.

'Deze leergang leert mij om vanuit de strategie van onze organisatie de juiste plannen te maken. Ook krijg ik duidelijke handvatten om deze plannen te implementeren. Ik ben hierdoor veel bewuster en doelgericht bezig.'
(Mascha de Wit, Unithoofd Stichting Kinderopvang regio Schagen)

De leergang kent de volgende modules (telkens 3 dagdelen op één dag):

- Module 1: Van visie en strategie naar uitvoering
- Module 2: De scharnierfunctie van de manager en de staf
- Module 3: Professionalisering van (kinderopvang)organisaties
- Module 4: Coachend leidinggeven
- Module 5: Sturen vanuit ziel & zakelijkheid
- Module 6: Communicatieve vaardigheden
- Module 7: Human Resource Management

Deze compacte leergang kent een looptijd van circa 11 maanden en is goed inpasbaar in de drukke agenda.

'Je leert jezelf beter kennen in je functie. Het werkt positief confronterend. Vanuit het thema 'klantgerichtheid' kijk je op een goede manier kritisch naar je eigen organisatie. Positief is ook de persoonlijke aandacht vanuit de kerntrainer.' (Magda Walpot, locatiehoofd bso Schilderbuurt)

Op donderdag 23 juni a.s. start de tweede editie van de Leergang Professioneel Management in de Kinderopvang. Heeft u interesse? Kijk voor nadere informatie naar de website bdko.nl. Voor een (eventueel telefonisch) informatief gesprek kunt u contact opnemen met Kjell Bakker, studieadviseur van Avicenna. T: (030) 236 44 00.

Bent u directeur in de kinderopvang en nog geen lid van de bdKO? Bij lidmaatschap van de bdKO ontvangt u korting op de opleidingstrajecten. U treft ook hierover nadere informatie op [W: bdko.nl](http://W:bdko.nl) bij ledenvoordeel.

Voor aanmelding van lidmaatschap kunt u contact opnemen met het bureau van de bdKO. T: (079) 363 81 02. E: bureau@bdko.nl

9 maatschappelijke trends

- 1 technologisering** – de wonderde wereld van de techniek
- 2 dematerialisering** – de opkomst van het ontastbare
- 3 feminisering** – de knuffelfactor
- 4 humanisering** – het vertrouwen in de mensheid
- 5 socialisering** – de terugkeer van de gemeenschap
- 6 regionalisering** – de grenzen van de cultuur
- 7 conservering** – het verlangen naar het verleden
- 8 vergrijzing** – de eeuwige jeugd
- 9 risicobeheersing** – de beheersing van de risico's

vanuit dezelfde visie naar ons werk kijken. Het gezamenlijk onderkennen – of niet herkennen – van trends en daar een weg in zoeken, hoort daarbij. Als één iemand een trend belangrijk vindt voor de strategie, is dat niet genoeg. Eigenlijk zijn het zachte waarden die je hard moet maken. Daar moet je het dus over eens zijn. Het is belangrijk voor de toekomst aansluiting te vinden bij de tijdgeest.'

Angelika Pelsink zal de sheets met trends ook niet in de prullenbak laten verdwijnen. 'We zullen toch regelmatig opnieuw naar de strategie kijken. De presentatie ligt bovenop in de map die ik daarbij gebruik. Want het heeft geen zin als ik in mijn eenzame in een trend geloof. Wat mij interesseert is of en hoe we er mogelijk draagvlak voor vinden en beslissingen op grond van trends kunnen borgen in de organisatie. Pas dan zal het echt werken.'

Voor de volledige presentatie van Hilde Roothart: zie [W: bdko.nl](http://W:bdko.nl) of [W: bbmp.nl](http://W:bbmp.nl) service. Uw wachtwoord is: bb2009.mp.